

**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS TERHADAP
IMPULSIVE BUYING MAHASISWA
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

VANY ELISYA HUTABARAT
NPM: 2201280100



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang senantiasa menyertai setiap langkah hingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.

Karya sederhana ini penulis persembahkan dengan segenap cinta dan ketulusan kepada:

Ayah tercinta, Kircan,

Ibunda tersayang, Rasmi,

serta saudara sekandung yang selalu hadir memberikan dukungan, doa, dan semangat tanpa henti.

Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah berkurang, pengorbanan yang begitu besar, serta doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis. Semoga segala usaha yang telah dilakukan dapat menjadi kebanggaan dan menghadirkan kebahagiaan bagi keluarga tercinta.

Motto:

***“Dituntun dalam langkah,
dikuatkan oleh kasih.”***

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vany Elisya Hutabarat

NPM : 2201280100

Jenjang Pendidikan : Starta (S1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini yang berjudul **PENGARUH PENGGUNAAN QRIS TERHADAP IMPULSIVE BUYING MAHASISWA DI KOTA MEDAN**, merupakan hasil karya saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Medan, 7 April 2026



Vany Elisya Hutabarat
NPM. 2201280100

**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS TERHADAP *IMPULSIVE*
BUYING MAHASISWA DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

***Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat –
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah***

Oleh :

**Vany Elisya Hutabarat
NPM. 2201280100**

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing


Khairunnisa, SE.I, MM

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

Medan, April 2026

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exempler
Hal : Skripsi a.n. Vany Elisya Hutabarat

**Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Di-
Medan**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa a.n. **Vany Elisya Hutabarat** yang berjudul "**Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I, MM



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSI Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 8956/KAN-PT/Akred/PT/11/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I, MM

Nama Mahasiswa : Vany Elisya Hutabarat
Npm : 2201280100
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
26/1 2026	Revisi Kuesioner, dan pengantar di Kuesioner	A	
26/2 2026	yang tidak valid dihapus saja	A	
3/3 2026	perbaiki pembahasan jangan hanya deskripsi tapi sintasakan	A	
11/3 2026	Seluruh halaman & format huruf diperbaiki.	A	
6/4 2026	Revisi: Panduan cek lagi penggunaan bold hanya di judul bab, sub bab. utk body jangan di bold	A	
7/4 2026	Acc	A	

Medan, 7 April 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan



Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
M.E.I

Pembimbing Skripsi

Khairunnisa, SE.I, MM

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Vany Elisy Hutabarat
NPM : 2201280100
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan

Medan, 7 April 2026

Pembimbing Skripsi

Khairunnisa, SE.I, MM

Di Setujui Oleh
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan
Fakultas Agama Islam



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 8996/K/AN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

UMSU Mengembangkan Kultur Baru: Inovasi, Keberagaman, dan Keunggulan



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Vany Elisy Hutabarat**
NPM : **2201280100**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 7 April 2026

Pembimbing

Khairunnisa, SE.I, MM

Disetujui Oleh:
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Vany Elisya Hutabarat
NPM : 2201280100
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 17/04/2026
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Khairunnisa, SE.I, MM
PENGUJI I : Prof. Dr. Siti Mujiatun, SE, MM
PENGUJI II : Dr. Salman Nasution, MA



PANITIA PENGUJI

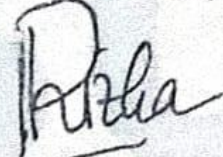
Ketua,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA



Sekretaris,



Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan tanda sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda secara Bersama-sama. Dibawah ini terdaftar huruf arab dan Transliterasinya

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ز	Ra	r	er
س	Zai	z	zet
ص	Sin	s	es
غ	Syin	sy	es dan ye
ض	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)

ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	„	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab adalah seperti vokal dalam Bahasa Indonesia , terdiri dari Tunggal dan monoflong dan vokal rangkap atau diflog.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
(-)	Fathah	A	a
(-)	Kasrah	I	I
(-)	Dhammah	U	U

a. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
(-ي)	Fathah dan ya	Ai	A dan I
(-و)	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh :

Kataba : كَتَبَ

Fa'ala : فَعَلَ

Kaifa : كَيْفَ

b. Maddah

Maddah atau Vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
(-ا)	Fathah dan alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
(-ي)	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
(-و)	Dhammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

c. Ta Marbutah

Transliterasinya Ta Marbutah ada dua :

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya (t)

2. Ta marbutah Mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

3. Kalau kata pada yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh : المدينة المنورة: Almadinah Almunawwarah

d. Syaddah (tasyid)

Syaddah atau tasyid yang pada tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid, dalam transliterasi ini tanda tasyid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

rabbanā : رَبَّنَا

nazzala : نَزَّلَ

al-birr : الْبِرِّ

al-hajj : الْحَجِّ

e. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1. Kata sandang diikuti diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qmqriah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

ar-rajulu: الرَّجُلِ

as-sayyidatu: السَّيِّدِ

asy-syamsu: الشمس

al-qalamu: القلم

al-jalalu: الجلال

f. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

ta'khuzūna: تأخذون

syai'un: شيء

inna: إنّ

akala: أكل

g. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

h. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

Wa mamuhammadunillarasul

Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan

Syahru Ramadan al-lazunzilafihil-Qur'anu

Syahru Ramadanal-laziunzilafihil-Qur'anu

Walaqadra'ahubilufuq al-mubin

Alhamdulillahirabbil-amin

i. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Vany Elisya Hutabarat, 2201280100, Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan, Pembimbing Khairunnisa, S. E. I., M.M.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan dengan pendekatan kuantitatif melalui survei. Data dikumpulkan dari 100 responden menggunakan kuesioner. Variabel independen adalah penggunaan QRIS (kemudahan dan frekuensi), sedangkan variabel dependen adalah *impulsive buying* (pembelian spontan, ketertarikan produk, dan dorongan emosional).

Hasil menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Semakin tinggi kemudahan dan frekuensi penggunaan QRIS, semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif. Nilai R^2 sebesar 59,4% menunjukkan kontribusi QRIS terhadap perilaku tersebut, sementara 40,6% dipengaruhi faktor lain.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital meningkatkan efisiensi sekaligus memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga diperlukan kesadaran dan pengendalian diri agar tidak terjadi perilaku konsumtif berlebihan.

Kata kunci: QRIS, impulsive buying, pembayaran digital, perilaku konsumen

ABSTRAK

Vany Elisya Hutabarat, 2201280100, Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan, Pembimbing Khairunnisa, S. E. I., M.M.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan dengan pendekatan kuantitatif melalui survei. Data dikumpulkan dari 100 responden menggunakan kuesioner. Variabel independen adalah penggunaan QRIS (kemudahan dan frekuensi), sedangkan variabel dependen adalah *impulsive buying* (pembelian spontan, ketertarikan produk, dan dorongan emosional).

Hasil menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Semakin tinggi kemudahan dan frekuensi penggunaan QRIS, semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif. Nilai R^2 sebesar 59,4% menunjukkan kontribusi QRIS terhadap perilaku tersebut, sementara 40,6% dipengaruhi faktor lain.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital meningkatkan efisiensi sekaligus memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga diperlukan kesadaran dan pengendalian diri agar tidak terjadi perilaku konsumtif berlebihan.

Kata kunci: QRIS, impulsive buying, pembayaran digital, perilaku konsumen

ABSTRACT

Vany Elisya Hutabarat, 2201280100, The Effect of QRIS Usage on Impulsive Buying among Students in Medan City. Supervisor: Khairunnisa, S.E.I., M.M.

This study aims to analyze the effect of QRIS usage on impulsive buying behavior among students in Medan City using a quantitative survey approach. Data were collected from 100 respondents through structured questionnaires. The independent variable in this study is QRIS usage, which includes aspects of ease of use and frequency of use, while the dependent variable is impulsive buying, measured through indicators such as spontaneous purchases, product attraction, and emotional urges.

The results indicate that QRIS usage has a positive and statistically significant effect on impulsive buying behavior, with a significance value of 0.000 (< 0.05). This finding suggests that the higher the level of ease and frequency in using QRIS, the greater the tendency of students to engage in impulsive purchasing behavior. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) is 59.4%, indicating that QRIS usage contributes 59.4% to impulsive buying behavior, while the remaining 40.6% is influenced by other variables not examined in this study.

These findings imply that while the convenience of digital payment systems enhances transaction efficiency, it also has behavioral implications by increasing the likelihood of impulsive consumption among students. Therefore, it is essential to promote financial awareness and self-control to prevent excessive consumptive behavior.

Keywords: QRIS, impulsive buying, digital payment, consumer behavior

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Farhatullah Wabarakatuh

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan Proposal dengan judul **“Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa di Kota Medan”** untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam dihadiahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada di dalam naungan syafa'atnya hingga akhir zaman nanti. Amin Ya Rabbal'alamin.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun demikian, skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ribuan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.

1. Teristimewa untuk Ayahanda Kircan tercinta, sosok yang telah menghadirkan cinta dalam bentuk keteguhan dan pengorbanan tanpa batas. Dalam diamnya, ayah selalu mengusahakan yang terbaik bagi penulis, bekerja tanpa lelah demi memastikan setiap langkah penulis tetap berjalan. Kasih sayang ayah mungkin tidak selalu terucap melalui kata, namun terasa nyata dalam setiap perjuangan dan pengorbanan yang diberikan. Ayah adalah alasan penulis tetap kuat, tetap berjuang, dan terus melangkah hingga mampu berada pada titik ini.
2. Untuk Ibunda Rasmi tercinta, sumber kasih sayang yang tak pernah habis dan doa yang tak pernah terputus. Dengan kelembutan dan ketulusan hati,

ibu telah membesarkan penulis dengan penuh cinta, kesabaran, dan pengorbanan yang luar biasa. Setiap langkah penulis tidak pernah lepas dari doa yang selalu ibu panjatkan. Kasih sayang ibu adalah kekuatan terbesar yang mengantarkan penulis hingga mampu mencapai tahap ini, menjadi pribadi yang terus berusaha dan tidak mudah menyerah.

3. Bapak Prof. Dr. Agussani, M. AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera.
5. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi. selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd. selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Ibu Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Khairunnisa, S.E.I., M.M. selaku dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, arahan, waktu, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap masukan dan ilmu yang diberikan menjadi sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Semoga segala kebaikan dan dedikasi yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik.
10. Untuk saudara-saudara kandung tercinta, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan perhatian yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi sumber semangat dan kekuatan bagi penulis dalam setiap proses yang dilalui. Dalam suka maupun duka, kalian selalu menjadi tempat berbagi dan saling menguatkan hingga penulis mampu sampai pada tahap ini.

11. Untuk teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, semangat, dan motivasi yang telah diberikan. Kebersamaan, kepedulian, serta sikap saling membantu yang terjalin selama proses ini menjadi kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, di mana melalui kebersamaan tersebut penulis juga memperoleh banyak pelajaran dan ilmu yang sangat berharga.

Selesainya skripsi ini dapat diselesaikan melalui proses panjang yang penuh tantangan, pembelajaran, dan perjuangan. Penulis menyadari bahwa setiap langkah yang dilalui tidak terlepas dari dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, karya sederhana ini menjadi bukti dari perjalanan yang tidak hanya menguji kemampuan, tetapi juga membentuk keteguhan dan kesabaran penulis.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal untuk terus berkembang di masa yang akan datang. Semoga segala usaha yang telah dilakukan dapat bernilai baik dan memberikan keberkahan. Amin Ya Rabbal'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, April 2026

Penulis

Vany Elisya Hutabarat
NPM: 2201280100

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis	12
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Technology Acceptance Model (TAM).....	15
a. Quick Response Code (QR Code).....	16
b. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS).....	16
2. <i>Stimulus–Organisme–Respons</i> (SOR)	20
a. Impulsive Buying	21
3. Maqashid Syariah.....	24
B. Kajian Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berpikir	28
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30

1. Lokasi Penelitian.....	30
2. Waktu Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32
D. Variabel Penelitian.....	33
1. Variabel Independen.....	33
2. Variabel Dependen.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Studi Pustaka.....	35
2. Kuesioner.....	35
3. Observasi.....	36
F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3. Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
B. Hasil Penelitian.....	43
1. Uji Statistik Deskriptif.....	44
2. Uji Validitas.....	45
3. Uji Reliabilitas.....	46
4. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Heteroskedastisitas.....	48
5. Uji Hipotesis.....	48
a. Uji Koefisien Determinasi.....	48
b. Uji Regresi Linear Sederhana.....	49
c. Uji F (Simultan).....	50
d. Uji t (Parsial).....	51
C. Pembahasan.....	51

BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Dompet digital paling banyak digunakan di tahun 2025	1
Tabel 1. 2 Tingkat Adopsi dan Frekuensi Pengguna QRIS	7
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Lokasi Perguruan Tinggi mahasiswa	42
Tabel 4. 3 Kelompok Usia Responden.....	42
Tabel 4. 4 Frekuensi Penggunaan QRIS	43
Tabel 4. 5 Uji Statistik Deskriptif	44
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Penggunaan QRIS (X)	45
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y).....	45
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Penggunaan QRIS (X)	46
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Impulsive Buying (Y)	46
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi	48
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Sederhana	49
Tabel 4. 14 Uji F (Simultan)	50
Tabel 4. 15 Uji t (Parsial).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna QRIS di Indonesia pada Tahun 2022-2025	2
Gambar 1. 2 Jumlah Merchant QRIS per Provinsi	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikirs	28

BAB I PENDAHULUAN

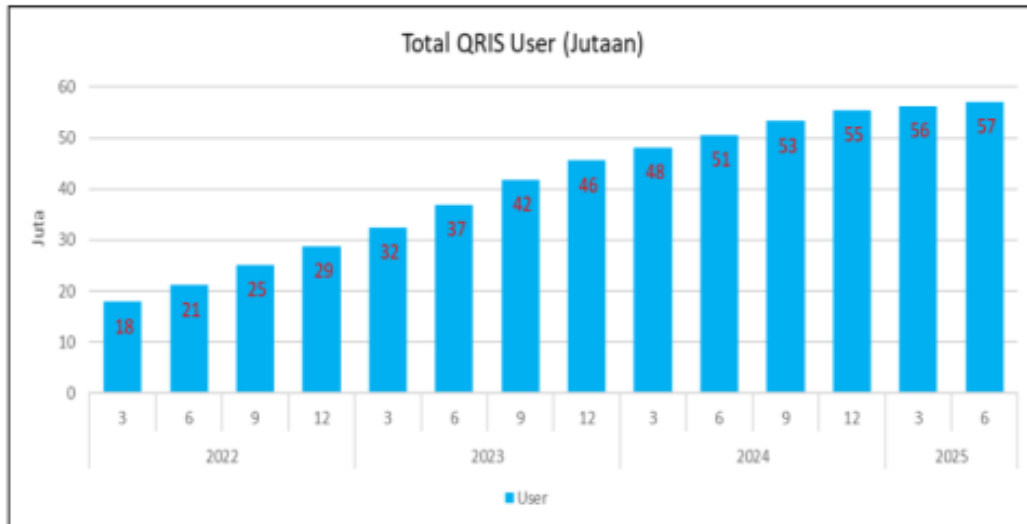
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mendorong perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara bertransaksi keuangan. Perkembangan dalam dunia keuangan mengalami peningkatan yang signifikan seiring kemajuan teknologi dan informasi. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah meningkatnya penggunaan transaksi non-tunai. Teknologi pembayaran modern telah menggantikan uang fisik dengan cara pembayaran tanpa uang tunai yang lebih efisien dan hemat biaya (Maulana et al., 2024). Dompot digital atau *e-wallet* seperti ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja menjadi aplikasi yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Selain berbagai *e-wallet* tersebut, perkembangan penting lain adalah penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang menggunakan QR Code sebagai sistem pembayaran standar nasional (Hutabarat, 2022). (Hamizar et al., 2024) menambahkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir pembayaran *cashless* telah menjadi tren global yang melibatkan berbagai platform digital, bukan hanya kartu kredit.

Tabel 1. 1 Dompot digital paling banyak digunakan di tahun 2025

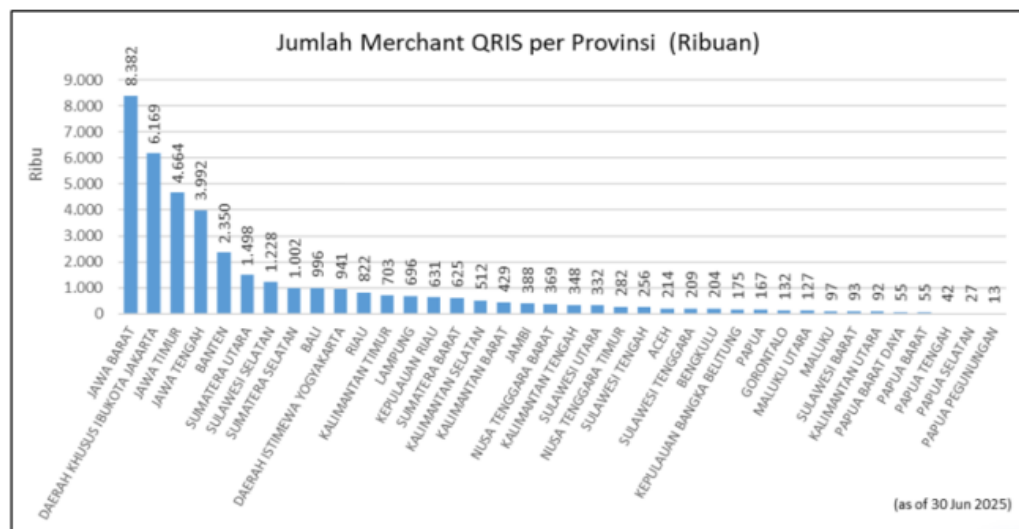
Pengguna Terbanyak	Jumlah
Gopay	71 Persen
OVO	70 Persen
Dana	61 Persen
ShopeePay	60 Persen
LinkAja	27 Persen

Sumber: Insight Asia



Gambar 1. 1 Pengguna QRIS di Indonesia pada Tahun 2022-2025

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)



Gambar 1. 1 Jumlah Merchant QRIS per Provinsi

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)

Data dompet digital paling banyak digunakan di Indonesia yang menunjukkan Gopay (71%), OVO (70%), DANA (61%), ShopeePay (60%), dan LinkAja (27%) menggambarkan bahwa masyarakat sudah mulai beralih pada sistem pembayaran digital. Tren ini kemudian diperkuat oleh peningkatan jumlah pengguna QRIS yang ditampilkan dalam grafik penggunaan QRIS di Indonesia tahun 2022–2025 serta

data merchant QRIS yang terus bertambah di seluruh provinsi. Menurut Bank Indonesia (2025). hingga Semester I 2025 QRIS telah menjangkau 57 juta pengguna dan 39,3 juta merchant, di mana 93,16% di antaranya merupakan UMKM, dengan total 6,05 miliar transaksi senilai 579 triliun rupiah. Peningkatan ini menunjukkan bahwa QRIS memiliki peran strategis dalam mendorong ekosistem *cashless society*. Hayati et al. (2023) menegaskan bahwa QRIS diharapkan menjadikan transaksi pembayaran lebih efisien dan murah, sesuai semangat UNGGUL (UNiversal, GampanG, Untung, Langsung). Michaela mencatat bahwa sejak Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) diluncurkan pada 2014, masyarakat semakin terdorong meninggalkan uang tunai. QRIS merupakan dukungan pemerintah pada perubahan sistem transaksi digital, QRIS mengurangi kontak fisik dalam transaksi dan mendukung konsep *cashless society* (Puspitaningrum et al., 2023).

Perkembangan pada teknologi finansial adalah yang umum pada masyarakat Indonesia terutama Generasi Z, Gen z yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010 adalah penerus Gen Y yang lebih suka mencari solusi dan menyelesaikan masalah dengan cara yang praktis (Cahyani et al., 2024), generasi z yang dikenal dengan *digital natives* dimana mereka tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi. Generasi *digital natives* mampu menguasai teknologi, seperti kemampuan *multitasking* dalam penggunaan perangkat digital (Fuad et al., 2021). Generasi z menjadi salah satu generasi yang menjadi pengguna dan pendorong terbesar dalam *system transaksi non tunai* (cashless) (Mulyani et al., 2024). Pada survei yang dilakukan oleh IDN *Research Institute* tahun 2024, frekuensi penggunaan QRIS pada generasi Z untuk penggunaan harian sebanyak 38%, dibandingkan dengan frekuensi penggunaan QRIS pada generasi milenial, yaitu sebanyak 25%. Karena penggunaan QRIS oleh Gen Z dianggap mudah dan proses transaksi yang lebih cepat (Cahyani & Abrianto, 2025).

Teknologi QRIS sangat berhubungan dengan gaya hidup generasi muda, khususnya Gen Z, yang cenderung mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan efisiensi dalam bertransaksi (Algusri et al., 2024). Penelitian Astiansyah dan Damayanti (2024), menyimpulkan bahwa faktor yang membuat mahasiswa tertarik untuk menggunakan QRIS, yaitu kecepatan transaksi, kemudahan transaksi, dan

efisiensi, membuat mahasiswa menjadi lebih tertarik untuk menggunakan metode pembayaran QRIS dibandingkan dengan pembayaran tunai. Generasi Z lebih banyak menghabiskan uangnya pada makanan sebanyak 69% dan pengeluaran selanjutnya dengan produk kecantikan sebesar 14%, pengeluaran untuk transportasi sebesar 9%, hiburan 5% dan liburan sebesar 3% (Cahyani & Abrianto, 2025).

Generasi Z merupakan generasi yang saat ini mendominasi penggunaan teknologi terutama belanja online dibandingkan dengan generasi lainnya. Saat ini kurang lebih 50% dari total pengeluaran konsumen turut dipengaruhi oleh teknologi yang memberikan peluang opsi pembelian yang cepat dan kemudahan sehingga menciptakan pelanggan untuk melakukan *impulsive buying*. Generasi Z di Indonesia termasuk kedalam karakteristik konsumen yang melakukan *impulsive buying* (Venia, 2021). Dengan karakteristik yang serba cepat, praktis, dan gemar mencari informasi dari media social (Ananda et al., 2025), karakteristik pada Gen Z mudah dalam mengikuti tren, cenderung mencari kepuasan instan, dan terpengaruh oleh faktor sosial membuat mereka lebih mudah tergoda untuk membeli produk tanpa mempertimbangkan kebutuhan riil (Komariyah et al., 2025), Kemudahan dalam melakukan pembayaran, tanpa harus membawa uang tunai atau repot menghitung kembalian, dapat mendorong untuk berbelanja secara *impulsive* (Lubis et al., 2025).

Minat beli Gen Z terhadap produk maupun produk online menunjukkan tren yang terus meningkat, berkat kemudahan akses, variasi produk yang kekinian, serta fitur-fitur menarik seperti gratis ongkir, promo, dan potongan harga (Iswahyuda & Hidayat, 2025). Penggunaan QRIS secara signifikan memengaruhi tingkat pengetahuan dan sikap gen z terhadap sistem pembayaran digital, yang menyebabkan meningkatkan minat generasi muda dalam mengadopsi teknologi ini, selain mempermudah proses transaksi, gen z juga berperan dalam perubahan dalam bidang pembayaran digital yang semakin praktis dan efisien, terutama menggunakan QRIS (Algusri et al., 2024). Penerimaan teknologi informasi sebagian besar didorong oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, menurut *Technology Acceptance Model* (TAM). Persepsi Kegunaan adalah keyakinan bahwa teknologi informasi akan meningkatkan kinerja atau tujuan.

Kegunaan teknologi diukur berdasarkan persepsi kemudahan penggunaan (Mayandra, 2024), dengan adanya kemudahan dalam konteks perilaku konsumen, salah satu isu penting yang muncul adalah *impulsive buying*. sebagai aktivitas pembelian yang cepat, impulsive, dan tidak direncanakan. Melalui pertimbangan rasional yang matang, sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional maupun stimulus eksternal (Komariyah et al., 2025). Dalam maqashid syariah, *hifz al-māl* (menjaga harta) merupakan salah satu tujuan utama syariah yang menekankan pentingnya pemeliharaan harta agar tidak digunakan pada hal yang tidak bermanfaat. Pembelian impulsive yang menyebabkan pengeluaran berlebihan tanpa kebutuhan nyata berpotensi mengarah pada *tabzir* (pemborosan), yang bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam Islam. Dalam Al-Qur'an Allah telah menjelaskan mengenai larangan perilaku boros dan berlebihan, seperti dalam Qs. Al-Furqan ayat 67 :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : “dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (Qs. Al-Furqan ayat 67).

Dengan adanya fenomena di atas, kemudahan dalam menggunakan QRIS memicu terbentuknya perilaku baru pengguna dalam bertransaksi. Dimensi psikologis dari transaksi non-tunai memegang peranan penting dalam mendorong perilaku konsumtif. Ketika seseorang membayar menggunakan pembayaran digital, ia tidak merasakan "rasa sakit kehilangan uang" (*pain of paying*) seperti saat menyerahkan uang fisik. Transaksi digital terasa lebih abstrak dan tidak nyata, sehingga mengurangi kesadaran individu terhadap jumlah uang yang sebenarnya telah dikeluarkan (Sukma, 2025). Beberapa faktor dari kemudahan yang dirasakan yaitu, seperti interaksi pengguna yang mudah dipahami dan pembayaran yang mudah dilakukan, serta layanan pelanggan yang cepat dan efisien. Kemudahan penggunaan QRIS akan berdampak pada produktivitas dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan setiap harinya (Sukma, 2025).

Dari kemudahan transaksi ini mendorong konsumen melakukan pembelian impulsive tanpa memperhatikan kemampuan dan kapabilitas finansial, Konsumen tidak hanya membeli produk yang dibutuhkan, melainkan membeli barang yang tidak penting. Perubahan sikap konsumen tersebut akan menjadikan pelanggan di Indonesia mempunyai kecenderungan yaitu tidak mempunyai rencana dan pertimbangan, dan dapat menimbulkan perilaku belanja tanpa rencana, dan tidak teratur, sehingga akan mengakibatkan pembelian impulsive yang relative (Jasmine, 2025). Kemudahan dalam melakukan pembayaran, tanpa harus membawa uang tunai atau repot menghitung kembalian, dapat mendorong seseorang untuk berbelanja secara *impulsive*. Perkembangan inovasi pembayaran digital nyatanya mengubah gaya hidup masyarakat yang menyebabkan munculnya perilaku *impulsive buying* (Lubis et al., 2025). Dalam kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR), perilaku pembelian impulsive dipengaruhi oleh stimulus eksternal. Stimulus eksternal adalah kemudahan penggunaan QRIS, yaitu tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat mengakses dan menavigasi platform e-commerce tanpa hambatan teknis maupun kognitif. Platform yang dirancang secara intuitif, dengan alur navigasi yang jelas serta sistem pembayaran yang sederhana, mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang efisien dan nyaman. Kondisi tersebut menurunkan beban kognitif pengguna dan mendorong pengambilan keputusan pembelian yang lebih cepat, termasuk pembelian yang bersifat impulsive (Rahmawati & Setyowibowo, 2025). Promosi penjualan (*marketing stimulus*), seperti diskon, cashback, atau flash sale, berfungsi sebagai insentif jangka pendek yang dirancang untuk menciptakan rasa urgensi dan mendorong konsumen melakukan pembelian dalam periode waktu yang terbatas (Mandolfo et al., 2022).

Data pra-survei yang dilakukan terhadap 11 mahasiswa di Kota Medan mengindikasikan bahwa *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) telah menjadi instrumen pembayaran yang dominan dan relevan untuk diteliti dalam konteks perilaku konsumen, terutama *impulsive buying* (pembelian impulsif). Temuan kunci dari pra-survei disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Tingkat Adopsi dan Frekuensi Pengguna QRIS

Indikator	Persentase Responden	Catatan Akademik
Tingkat Adopsi (Pengguna)	100%	Seluruh responden mahasiswa telah mengadopsi QRIS, menunjukkan penerimaan yang universal dan dominasi instrumen pembayaran digital ini di kalangan generasi muda.
Frekuensi Penggunaan (Per Minggu)	72,7% (3–5 kali) dan 18,2% (> 5 kali)	Mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan yang tinggi (total 90,9% menggunakan 3 kali atau lebih), mengindikasikan integrasi QRIS yang mendalam dalam rutinitas transaksi harian.
Kategori Transaksi Utama	81,8% (Makanan & Minuman)	QRIS paling banyak digunakan untuk transaksi barang-barang konsumsi sehari-hari (<i>low-involvement purchases</i>).
Pembelian Barang Kecil	90,9% (Snack, Kopi, Pulsa)	Tingginya persentase ini memperkuat peran QRIS dalam memfasilitasi transaksi bernilai kecil (<i>microtransactions</i>).

Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) di kalangan mahasiswa Kota Medan didukung oleh persepsi yang sangat positif, di mana 72,7% responden menilai QRIS sangat memudahkan proses transaksi, dan 100% merasa aman saat menggunakannya. Pengakuan universal terhadap kemudahan (*perceived ease of use*) dan keamanan ini berfungsi sebagai faktor prediktor kuat yang mendorong frekuensi dan fluiditas transaksi. Fenomena ini, dalam literatur perilaku konsumen, sering dikaitkan dengan penurunan hambatan psikologis dalam

pengeluaran (*reduced transaction effort*). Ketika proses pembayaran sangat mudah dan terasa aman, pengguna cenderung kurang melakukan evaluasi kognitif yang mendalam sebelum bertransaksi, sebuah kondisi yang secara teoritis memfasilitasi terjadinya pembelian yang tidak terencana dan spontan.

Data pra-survei secara empiris menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara penggunaan QRIS dengan kecenderungan *impulsive buying*. Sebanyak 90,9% responden mahasiswa mengakui melakukan pembelian secara spontan, dan 72,7% menyatakan sering atau cukup sering melakukan pembelian tanpa perencanaan. Selain faktor kemudahan, daya dorong eksternal seperti promosi juga berperan, di mana 63,6% responden termotivasi untuk membeli karena adanya potongan harga yang diakses melalui QRIS. Konsekuensi finansial dari perilaku ini terkonfirmasi, dengan 54,6% responden mengakui pengeluaran mereka meningkat atau sedikit meningkat. Temuan ini menegaskan bahwa QRIS tidak hanya menjadi alat pembayaran yang dominan, tetapi juga berpotensi berfungsi sebagai *stimuli* yang memperkuat perilaku konsumtif. Oleh karena itu, terdapat urgensi akademik untuk menganalisis secara mendalam bagaimana variabel-variabel seperti kemudahan transaksi dan promosi harga yang terintegrasi dalam ekosistem QRIS berkontribusi pada peningkatan *impulsive buying* pada populasi mahasiswa.

Fenomena *impulsive buying* yang semakin meningkat di kalangan mahasiswa tidak hanya berdampak pada pola konsumsi, tetapi juga berimplikasi pada cara mahasiswa memenuhi kebutuhan finansialnya. Perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan seringkali mendorong mahasiswa untuk mencari sumber dana instan guna memenuhi keinginan tersebut, sehingga pinjaman online (pinjol) menjadi salah satu alternatif yang mudah diakses. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, penggunaan pinjol di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 19–34 tahun yang termasuk Generasi Z dan berada pada rentang usia mahasiswa, dengan proporsi mencapai 41,45%. Selain itu, distribusi utang pinjol tahun 2025 menunjukkan bahwa nilai utang terbesar berada di wilayah Pulau Jawa, seperti Jawa Barat sebesar Rp20,75 triliun, DKI Jakarta sebesar Rp12,84 triliun, dan Jawa Timur sebesar Rp10,42 triliun, sementara di luar Jawa seperti Sumatra Utara mencapai Rp3,08 triliun, yang mengindikasikan bahwa penggunaan pinjol telah meluas hingga ke daerah dengan populasi mahasiswa yang tinggi. Kondisi ini

diperkuat oleh survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang menunjukkan bahwa tingginya penetrasi internet mendorong generasi muda semakin aktif dalam menggunakan layanan keuangan digital. Secara empiris, penelitian menunjukkan bahwa *impulsive buying* berpengaruh terhadap perilaku berutang mahasiswa melalui pemanfaatan layanan pinjaman online sebagai solusi keuangan instan (Furkan et al., 2025), serta adanya hubungan signifikan antara *impulsive buying* dan kecenderungan penggunaan layanan keuangan digital (Piska & Sumarni, 2025). Selain itu, rendahnya kontrol diri dalam perilaku *impulsive buying* juga terbukti meningkatkan kecenderungan berutang pada mahasiswa (Abbas & Faridah, 2024). Dengan demikian, *impulsive buying* tidak hanya berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif, tetapi juga berkontribusi terhadap meningkatnya penggunaan pinjol di kalangan mahasiswa, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan risiko finansial apabila tidak diimbangi dengan literasi dan pengelolaan keuangan yang baik

Mahasiswa yang belum memiliki kemampuan manajemen keuangan yang optimal cenderung menghadapi kesulitan dalam mengatur pengeluaran secara efektif, sehingga berdampak pada rendahnya kemampuan dalam menyisihkan dana untuk tabungan. Akibatnya, literasi keuangan menjadi semakin penting untuk mengimbangi kemajuan teknologi pembayaran seperti QRIS. Pemahaman mengenai literasi keuangan yang dimiliki oleh individu akan berpengaruh pada pilihan keuangan yang diambil, khususnya dalam pengelolaan sumber daya yang ada (Radiman et al., 2024). Generasi ini harus dididik bagaimana pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat, seperti membuat catatan pengeluaran dan kebuutuhan utama, agar mereka dapat memanfaatkan kemudahan QRIS tanpa terjebak dalam kebiasaan konsumtif (Zalyanti, 2025). Fenomena *Impulsive buying* yang terjadi di masyarakat kerap menimpa para remaja, termasuk mahasiswa. Mahasiswa masuk dalam kategori remaja akhir dan cenderung membeli barang karena tertarik bukan yang sebenarnya mereka butuhkan. Mahasiswa cenderung menempatkan keinginan pribadi mereka sebagai hal utama dalam menggunakan dana yang ada untuk kegiatan konsumsi, tanpa memikirkan dampak jangka panjang yang mungkin muncul (Lubis, 2024). Mahasiswa dengan gaya hidup mereka yang trendi, dan kebebasan yang diberikan oleh orang tua untuk mengatur keuangan

sendiri. Mengakibatkan mahasiswa terlena untuk membeli barang-barang yang tidak menjadi kebutuhan sebenarnya. Mahasiswa cenderung tertarik pada diskon, gratis biaya pengiriman, atau kemasan yang menarik. Masalahnya, mahasiswa hanya mengandalkan uang dari orang tua dan belum memiliki penghasilan. Oleh karena itu, penting untuk menemukan cara untuk mengekang dan menghindari *Impulsive buying* (Pratiwi & Julianty, 2023). Salah satu faktornya yaitu pengaruh kemudahan dalam bertransaksi terutama menggunakan QRIS. mahasiswa yang mana memiliki tingkat kebutuhan tinggi namun terbatas secara finansial, minimnya literasi dan stabilitas emosional yang dimiliki para mahasiswa juga memainkan peran dalam mendorong terjadinya *impulsive buying*.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ilma Alya Zalyanti menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi menggunakan QRIS berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*. Maka, dapat diartikan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang kuat terhadap *Impulsive Buying*, karena jika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi maka akan mengurangi sikap pembelian *impulsive*. Kemudahan bertransaksi meningkatkan perilaku pembelian pada seseorang (Zalyanti, 2025).

Meski ada penelitian yang secara langsung mengaitkan QRIS dan *impulsive buying*, objek penelitian mereka terbatas di Jakarta dan belum secara spesifik pada mahasiswa di Kota Medan. Menyajikan aspek penggunaan dan efisiensi transaksi di kalangan mahasiswa, namun tidak secara khusus mengukur *impulsive buying* sebagai instrumen terikat, selain itu, konteks kota Medan dengan karakteristik mahasiswa di wilayah Sumatera Utara, tingkat penetrasi QRIS, dan budaya konsumsi yang mungkin berbeda dari Jawa belum banyak ditangani. Dengan demikian, penelitian ini akan mengisi celah dengan meneliti secara kuantitatif pengaruh penggunaan QRIS (misalnya frekuensi, intensitas, persepsi kemudahan) terhadap *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan.

Berdasarkan data-data dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa di Kota Medan cenderung mengalami peningkatan, yang ditunjukkan oleh tingginya frekuensi pembelian spontan dan adanya kecenderungan peningkatan pengeluaran pribadi. Fenomena ini tidak terlepas dari peran QRIS sebagai instrumen pembayaran digital

yang menawarkan kemudahan, kecepatan, keamanan transaksi, serta dukungan promosi harga yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian secara tidak terencana.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa QRIS berpotensi menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif, terutama dalam konteks pembelian impulsif pada mahasiswa. Kondisi ini menjadi dasar pentingnya dilaksanakan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji “**Pengaruh penggunaan QRIS terhadap *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan**”, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku keuangan generasi muda di era digital.

B. Identifikasi Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang masalah, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan dan kecepatan transaksi menggunakan QRIS mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan rasional, sehingga memicu terjadinya peningkatan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa di Kota.
2. Tingginya intensitas penggunaan QRIS disertai promosi harga dan diskon menyebabkan peningkatan pengeluaran mahasiswa, bahkan pada pembelian barang yang kurang diperlukan dan tidak direncanakan sebelumnya.
3. Minimnya kemampuan manajemen keuangan dan literasi keuangan mahasiswa menyebabkan mereka rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama ketika berhadapan dengan kemudahan pembayaran digital QRIS yang mengaburkan kontrol diri terhadap pengeluaran.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan QRIS berpengaruh terhadap *impulsive buying* mahasiswa Gen Z di Kota Medan?
2. Seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap *impulsive buying*?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan.
2. Mengidentifikasi kontribusi persepsi kemudahan QRIS terhadap kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penyusunan penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis untuk pengembangan ilmu di bidang perilaku konsumen dan sistem pembayaran digital, terutama melalui kajian mengenai dampak penggunaan QRIS pada perilaku membeli *impulsive* mahasiswa. Hasil dari penelitian ini berpotensi untuk memperkaya pengetahuan tentang pola konsumsi generasi digital dengan menunjukkan bahwa kemajuan dalam teknologi finansial tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga berpengaruh pada aspek psikologis seperti pengendalian pengeluaran, kesadaran keuangan, dan kecenderungan untuk membeli tanpa mempertimbangkan. Temuan dari studi ini bisa dijadikan acuan empiris untuk pengembangan model analisis perilaku konsumen di zaman ekonomi digital dan membuka kesempatan bagi penelitian selanjutnya terkait dengan faktor-faktor yang dapat memediasi atau memoderasi hubungan antara sistem pembayaran digital dan perilaku belanja.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

1. Memberikan kesadaran terhadap dampak psikologis dari penggunaan QRIS yang dapat mendorong perilaku instrumen.
2. Membantu mahasiswa mengelola keuangan pribadi dengan lebih bijak melalui pemahaman hubungan antara kemudahan transaksi digital dan pengendalian konsumsi.

- b. Bagi Perguruan Tinggi
 1. Menjadi dasar dalam pengembangan program edukasi literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa, khususnya dalam kurikulum kewirausahaan, ekonomi digital, atau keuangan personal.
 2. Mendorong universitas untuk mengadakan pelatihan atau seminar tentang pengelolaan keuangan di era cashless.
- c. Bagi Pelaku Bisnis dan Merchant
 1. Menjadi acuan dalam memahami perilaku konsumen muda pengguna QRIS sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih etis dan berkelanjutan, tanpa mendorong perilaku konsumtif berlebihan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penelitian ini, penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis, yang berarti materi disampaikan dalam urutan tertentu. Sistematika penulisan tugas pembuatan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi umum di penulisan skripsi yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang kajian Pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian dan definisi operasional instrumen, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, uji prasyarat dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi institusi yang diteliti, deskripsi karakteristik responden, hasil penelitian yang diteliti dan pembahasan penelitian tersebut.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang di lengkapi dengan saran dari peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengandalkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan kerangka *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R) sebagai teori dasar dalam menggambarkan perilaku penggunaan QRIS serta kecenderungan *impulsive buying* di kalangan mahasiswa. TAM berfungsi untuk menjelaskan penerimaan teknologi pembayaran digital melalui sudut pandang kemudahan dalam pemakaian, sedangkan model S-O-R difungsikan untuk menganalisis proses psikologis konsumen yang menghubungkan rangsangan, kondisi internal individu (organism), dan emosi konsumendan. Konsep Maqashid Syariah dalam penelitian ini diposisikan sebagai landasan etis, bukan sebagai variabel atau model analisis.

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989 (Teori Klasik) untuk menguraikan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi (Davis, 1989). Model ini menyoroti dua komponen utama, yakni kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Kegunaan yang dirasakan merujuk pada keyakinan bahwa teknologi dapat meningkatkan efisiensi, sedangkan kemudahan penggunaan yang dirasakan berkaitan dengan seberapa mudah teknologi tersebut dapat dioperasikan tanpa terlalu banyak usaha (Mayandra, 2024).

Dalam konteks TAM, pandangan terhadap kegunaan dan kemudahan pemakaian memengaruhi niat dan perilaku nyata dalam menggunakan teknologi. Penerapan model ini pada sistem pembayaran digital QRIS menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih menggunakan QRIS karena dianggap praktis, efisien, dan menawarkan banyak keuntungan dalam transaksi. QRIS memungkinkan pengguna melakukan pembayaran dengan cepat hanya dengan memindai kode QR, sehingga tidak perlu membawa uang tunai.

Kemudahan serta keuntungan ini meningkatkan frekuensi penggunaan QRIS. Akan tetapi, jika penggunaan terus dilakukan secara berulang dan tidak terkontrol,

situasi ini dapat menyebabkan munculnya sifat konsumtif. Oleh sebab itu, TAM sangat relevan sebagai dasar teori untuk menguraikan penerimaan teknologi pembayaran digital dan dampaknya terhadap perilaku pengguna.

a. Quick Response Code (QR Code)

Kode QR, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *Quick Response Code*, merupakan inovasi dalam perkembangan kode batang yang beralih dari format satu dimensi ke dua dimensi. Kode ini telah menjadi standar internasional, termasuk di Jepang. Pengembangan kode QR dilakukan oleh Denso Wave, sebuah perusahaan asal Jepang, pada tahun 1994. Fungsi utama dari kode ini adalah untuk memungkinkan pembacaan yang cepat dan mudah melalui pemindai QR (Aritonang, 2023). Respons yang cepat, yang sesuai dengan tujuannya yaitu untuk menyampaikan informasi dengan segera dan memperoleh respons yang cepat. Tidak seperti kode batang, yang hanya bisa menyimpan data secara horizontal, kode QR dapat menyimpan data baik secara horizontal maupun vertikal, sehingga secara otomatis kode QR dapat menyimpan lebih banyak informasi (Kurniawan, 2023).

b. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)

1) Pengertian QRIS

Menurut Bank Indonesia, *Quick Response Code Indonesia Standard* yang biasa disebut QRIS adalah suatu sistem yang sudah distandarisasi dan mengintegrasikan berbagai jenis kode QR dari berbagai Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS diciptakan melalui kerja sama antara sektor industri pembayaran dan Bank Indonesia dengan tujuan untuk mempermudah, mempercepat, serta meningkatkan keamanan dalam proses transaksi yang memanfaatkan kode QR (Alifia et al., 2024).

QRIS merupakan inisiatif strategis yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada tahun 2019 sebagai solusi terhadap fragmentasi sistem pembayaran digital di Indonesia (Utami, 2025).

QRIS (dibaca KRIS) adalah program yang menggunakan kode QR yang dibuat oleh berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) untuk membuat proses transaksi lebih mudah, cepat, dan aman. QRIS yang sudah

dikembangkan harus dilakukan oleh semua penyedia jasa sistem pembayaran yang menggunakan kode QR (Selly Rachmawati, 2024).

QRIS adalah norma nasional untuk sistem pembayaran yang menggunakan kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dengan tujuan untuk mengharmonisasikan semua layanan pembayaran digital dari berbagai Penyedia Layanan Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS dibuat untuk mengatasi masalah pemecahan dalam sistem pembayaran digital dengan harapan dapat menciptakan transaksi yang lebih mudah, cepat, aman, dan efisien. Penerapan QRIS yang diwajibkan bagi semua penyedia layanan pembayaran berbasis QR diharapkan dapat meningkatkan kerja sama antar sistem pembayaran, memperluas jangkauan keuangan, serta mendukung percepatan transformasi ekonomi digital di Indonesia.

QRIS memiliki karakteristik UNGGUL yang merupakan kepajangan dari:

a. Universal

QRIS dapat menerima pembayaran aplikasi pembayaran apapun yang menggunakan QR Code, jadi masyarakat tidak perlu memiliki berbagai macam aplikasi pembayaran.

b. Gampang

Masyarakat: mudah tinggal scan dan klik bayar.

Merchant: mudah, tidak perlu memajang banyak QR Code, cukup satu QRIS yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun.

c. Untung

Pengguna: dapat menggunakan akun pembayaran apapun untuk membayar.

Merchant: cukup minimal 1 akun untuk menerima semua pembayaran QR Code.

d. Langsung

Pembayaran dengan QRIS langsung diproses seketika, pengguna dan merchant langsung mendapat notifikasi transaksi (aspi-indonesia.or.id).

2) Manfaat QRIS

Standarisasi QR *Code* dengan QRIS memberikan banyak manfaat, antara lain:

1. Bagi pengguna aplikasi
 - a. Cepat dan kekinian.
 - b. Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai.
 - c. Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang.
 - d. Terlindungi karena semua PJP QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.
2. Bagi Merchant
 - a. Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun.
 - b. Meningkatkan *branding*.
 - c. Kekinian.
 - d. Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS.
 - e. Mengurangi biaya pengelolaan kas.
 - f. Terhindar dari uang palsu.
 - g. Tidak perlu menyediakan uang kembalian.
 - h. Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat.
 - i. Terpisahannya uang untuk usaha dan personal.
 - j. Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai.
 - k. Membangun informasi *credit profile* untuk memudahkan memperoleh kredit ke depan.

3. Model Penggunaan QRIS

QRIS mengakomodir 2 (dua) model penggunaan QR *Code* Pembayaran yaitu *Merchant Presented Mode* (MPM) dan *Customer Presented Mode* (CPM). Namun demikian, implementasinya mengacu pada standar QRIS yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional.

- a. *Merchant Presented Mode* (MPM)
 1. MPM Statis

QRIS *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis memudahkan merchant karena cukup menampilkan satu kode QR tanpa biaya tambahan. Pengguna melakukan pemindaian, memasukkan nominal dan PIN, lalu transaksi diproses secara *real-time*, sehingga metode ini sangat sesuai bagi usaha mikro dan kecil karena praktis dan efisien.

2. MPM Dinamis

QRIS *Merchant Presented Mode* (MPM) Dinamis dihasilkan melalui perangkat seperti mesin EDC atau *smartphone* tanpa biaya tambahan, di mana merchant terlebih dahulu memasukkan nominal pembayaran sebelum pelanggan melakukan pemindaian kode QR. Jenis QRIS ini dinilai sesuai bagi merchant skala menengah dan besar, khususnya yang memiliki volume transaksi tinggi.

b. *Consumer Presented Mode* (CPM)

Pada QRIS *Customer Presented Mode* (CPM), pelanggan menampilkan kode QR dari aplikasi pembayaran untuk dipindai oleh merchant. Skema ini ditujukan bagi merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi, seperti sektor transportasi, parkir, dan ritel modern.

4. Indikator QRIS

Berdasarkan pedoman sistem pembayaran yang ditentukan oleh Bank Indonesia, indikator penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Nasih et al., 2023) meliputi :

1. Kemudahan Penggunaan

Semakin mudah sebuah sistem pembayaran digital digunakan, semakin besar kemungkinan sistem tersebut diadopsi-terutama oleh pengguna muda seperti Gen-Z (Rahmah & Sari, 2025).

2. Manfaat

Merupakan suatu tingkat dimana individu percaya akan manfaat suatu teknologi yang memiliki dampak positif terhadap kinerjanya (Rahimi et al., 2024).

3. Keamanan Transaksi

Kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindakan penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online (Afrianti et al., 2025).

4. Intensitas Penggunaan

Keputusan untuk menggunakan adalah keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan (Afrianti et al., 2025).

5. Niat Perilaku

Niat perilaku (behavioral intention) menggambarkan kesiapan individu untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas keuangannya (Jasmine, 2025).

2. Stimulus–Organisme–Respons (SOR)

Teori Stimulus–Organisme–Respons (SOR) adalah sebuah kerangka konseptual yang diperkenalkan oleh Mehrabian dan Russell untuk menjelaskan hubungan antara rangsangan dari lingkungan, keadaan internal individu, dan tanggapan perilaku yang muncul (Hochreiter et al., 2023). Dalam teori ini, ditekankan bahwa setiap rangsangan yang diterima oleh seseorang tidak langsung memicu perilaku, melainkan harus melalui proses terlebih dahulu dalam kondisi psikologis internal (organisme) yang selanjutnya akan mempengaruhi tanggapan atau perilaku tertentu (respons).

Dalam model SOR, rangsangan mencakup berbagai faktor eksternal yang berdampak pada individu, seperti lingkungan fisik, informasi, promosi, serta kemudahan teknologi. Rangsangan ini kemudian berdampak pada organisme, yaitu keadaan internal individu yang mencakup aspek-aspek kognitif dan afektif, seperti persepsi, emosi, sikap, dan niat. Perubahan dalam keadaan internal ini pada akhirnya mendorong respon, yaitu bentuk perilaku yang ditunjukkan individu akibat rangsangan yang diterima, seperti keputusan untuk menggunakan, perilaku membeli, atau kecenderungan untuk berbelanja (Siregar & Ilham, 2022).

Dalam konteks penggunaan QRIS, kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan oleh mahasiswa saat melakukan transaksi menjadi rangsangan yang berpengaruh terhadap keadaan psikologis mereka. Persepsi positif dan emosi yang muncul dari kemudahan tersebut mendorong respons berupa perilaku pembelian. Ketika

kemudahan dalam bertransaksi menggunakan QRIS dirasakan secara terus-menerus, kecenderungan mahasiswa untuk berbelanja secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya menjadi semakin besar. Respons ini dalam kajian perilaku konsumen dikenal sebagai pembelian impulsif. Dengan demikian, kemudahan QRIS bertindak sebagai rangsangan yang mampu memicu proses psikologis internal yang pada akhirnya mendorong terjadinya perilaku pembelian impulsif.

a. *Impulsive Buying*

1) Pengertian *Impulsive Buying*

Menurut (Hardaningrum & Nurjannah, 2024) *impulsive buying* adalah tindakan membeli yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa mempertimbangkan secara rasional atau merencanakannya sebelumnya. Seseorang yang memiliki kecenderungan untuk berbelanja secara impulsif biasanya dipicu oleh faktor emosional, seperti dorongan untuk memenuhi hasrat sesaat atau mencoba menenangkan stres mental. Kegiatan membeli ini dapat memberikan perasaan bahagia sementara, meskipun tidak selalu berlandaskan pada kebutuhan yang sesungguhnya.

Menurut Beatty & Ferrell (1998) digunakan sebagai teori dasar (*grand theory*) *impulsive buying* merupakan tindakan membeli yang dilakukan secara tiba-tiba dan tanpa persiapan sebelumnya. Hal ini biasanya dipicu oleh dorongan untuk berbelanja, di mana tidak ada rencana sebelumnya untuk memperoleh barang dalam kategori tertentu atau hanya sekadar mengikuti keinginan berbelanja (Kurniawan & Puspita, 2021).

Menurut (Rofiq et al., 2024) Pembelian yang terjadi terhadap suatu barang yang diinginkan tanpa adanya pertimbangan dan didasari oleh dorongan emosional yang mendalam dikenal sebagai pembelian impulsif. Pembelian impulsif adalah suatu peristiwa di mana seseorang merasakan emosi yang tiba-tiba. Pembelian impulsif ditandai dengan pemikiran yang bertentangan dan dorongan emosional yang intens, yang mengakibatkan transaksi yang tidak logis, segera, dan sering kali tidak terencana.

Menurut (Munajat, 2023) Pembelian impulsif bisa muncul saat seseorang merasakan dorongan mendesak yang tiba-tiba dan tidak bisa ditahan. Kecenderungan untuk berbelanja secara tiba-tiba ini biasanya menghasilkan

transaksi ketika pembeli merasa bahwa keputusan tersebut adalah hal yang wajar. Oleh karena itu, platform media sosial bisa berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mendukung dan mendorong pembelian impulsive, dan pembelian impulsive menjadi salah satu dari 12 karakteristik unik konsumen di Indonesia karena mereka cenderung tidak merencanakan saat berbelanja.

Berdasarkan berbagai penjelasan yang diberikan oleh para pakar, dapat diambil kesimpulan bahwa pembelian impulsive adalah tindakan membeli yang terjadi secara mendadak dan tidak direncanakan, tanpa melakukan pertimbangan rasional yang mendalam. Perilaku ini biasanya dirangsang oleh emosi yang kuat, seperti hasrat yang muncul tiba-tiba, keinginan untuk mendapatkan kepuasan instan, atau usaha untuk mengurangi stres psikologis. *impulsive buying* ditandai oleh keinginan mendesak yang sukar untuk dikontrol, sedikitnya penilaian mengenai dampak dari pembelian, serta keputusan yang diambil dengan cepat dan tanpa perencanaan. Meskipun dapat memberikan rasa bahagia atau kepuasan sementara, perilaku *impulsive buying* sering kali tidak berlandaskan pada kebutuhan yang nyata dan dipengaruhi oleh rangsangan dari luar, termasuk peran platform digital dan media sosial yang semakin memperkuat kecenderungan ini.

2) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Impulsive Buying*

Faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* menurut Verplanken & Herabadi (2001) yaitu:

1. Personality

Pembelian secara tiba-tiba bisa muncul dalam banyak bentuk dan bisa terjadi di berbagai situasi konsumen. Selain itu, terdapat kecenderungan untuk berbelanja yang dipicu oleh keinginan yang berhubungan dengan karakter seseorang.

2. Lingkungan toko

Cara produk ditampilkan, seperti adanya aroma yang harum, warna yang menarik, atau musik yang enak didengar bisa menarik perhatian dan menciptakan keinginan untuk membeli. Menjelajah di dalam toko dapat menciptakan suasana yang menyenangkan dan mendorong orang untuk melakukan pembelian.

3. Person-related

Suasana positif sering kali mendorong individu untuk melakukan pembelian tiba-tiba, sementara latar belakang pendidikan memengaruhi cara seseorang dalam mengambil keputusan konsumsi. Selain itu, *impulsive buying* sering kali dilakukan sebagai cara untuk menunjukkan identitas pribadi demi mencapai kepuasan emosional, kesenangan, dan penerimaan dari orang lain.

3) Indikator *Impulsive Buying*

Menurut Rook dan Fisher (Soesono Bong, 2011) indikator *impulsive buying* meliputi:

1. *Spontaneous*

Pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba adalah pilihan yang dibuat oleh pembeli tanpa adanya persiapan sebelumnya. Seringkali, ini dipicu oleh hal-hal dari luar seperti promosi menarik, penawaran yang terbatas, atau suasana saat itu.

2. *Passion*

Dorongan yang mendalam dan tiba-tiba untuk memiliki suatu produk, sering disertai dengan emosi kuat seperti kebahagiaan, semangat, atau bahkan sensasi luar biasa

3. *Compulsive Strength*

Compulsive Strength merupakan dorongan yang intens yang mendorong individu untuk segera melakukan tindakan, sering kali tanpa mempertimbangkan aspek lain yang mungkin penting.

4. *Indifference*

Indifference dalam perilaku membeli menggambarkan kondisi di mana pembeli merasa terdorong untuk berbelanja tanpa mempertimbangkan dampak dari pilihan yang mereka buat. Mereka bisa merasa tidak bisa menahan keinginan untuk berbelanja.

5. *Power, Compulsion, and Intensity*

Adanya motivasi untuk mengesampingkan hal-hal lain dan bertindak secepatnya.

3. Maqashid Syariah

Maqashid al-Syariah merupakan tujuan utama dalam syariat Islam yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat, termasuk di bidang ekonomi dan konsumsi. Salah satu tujuan utamanya adalah Hifz al-Māl (melindungi kekayaan), yang menekankan pentingnya pengelolaan dan penggunaan harta dengan bijak agar tidak merugikan diri sendiri dan komunitas. Hifz al-Māl tidak hanya berarti melindungi kekayaan dari kehilangan, tetapi juga mencakup cara mendapatkan secara halal, mengelola dengan tanggung jawab, dan menjauhi pemborosan atau israf yang bertentangan dengan prinsip masalahah (nilai-nilai kebaikan untuk umum) (Arifyanto, 2025).

Dalam sudut pandang konsumsi menurut Islam, prinsip maqashid syariah berperan sebagai pedoman etis yang membimbing individu untuk menjalani cara konsumsi yang seimbang dan terencana. Konsumsi yang sesuai dengan maqashid syariah harus menjauhi praktik israf dan tabdzir, serta fokus pada pemenuhan kebutuhan yang halal, bermanfaat, dan berkelanjutan. Pola konsumsi yang berlebihan dianggap dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara kesejahteraan materi dan spiritual, sehingga bertentangan dengan tujuan syariat Islam. (Hamdi, 2022).

Penerapan prinsip keseimbangan dalam pengelolaan kekayaan tidak hanya berpengaruh pada kestabilan ekonomi pribadi, tetapi juga memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Pola konsumsi yang bijaksana dan terukur mencerminkan kepedulian etis dalam memanfaatkan harta sebagai titipan, sehingga pengeluaran yang tidak perlu bisa dihindari (Ermawati, 2021). Prinsip etika dalam konsumsi Islam mendorong pendekatan tawazun, atau keseimbangan, serta tanggung jawab terhadap masyarakat dan keluarga dalam mengelola harta agar tidak terjadi pemborosan yang tidak perlu. (Fajri et al., 2024).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, akan diuraikan tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat menjadi acuan untuk penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut mencakup temuan-temuan yang diperoleh oleh peneliti lain, yang tercatat dalam bentuk

skripsi, artikel jurnal, atau publikasi ilmiah lain yang berhubungan dengan topik penelitian saat ini. Berikut adalah beberapa contoh studi yang telah dipilih.

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Security terhadap Cashless Society (QRIS) Generasi Z dengan <i>Impulsive Buying</i> sebagai Variabel Moderasi	Ken Catri Amira Jasmine (2025)	Variabel Independen: Perceived Ease of Use, Perceived Security Variabel Dependen: Cashless Society, <i>Impulsive Buying</i> (Moderating)	PEOU berpengaruh positif signifikan terhadap cashless society; perceived security tidak signifikan; <i>impulsive buying</i> memoderasi hubungan PEOU–cashless society.
2	Dampak Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital oleh Digital Native dengan Pendekatan TAM	Indah Wati, Edwin Zusrony, Wesly Tobing (2025)	Variabel Independen: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk	Perceived usefulness, ease of use, dan perceived risk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

			Variabel Dependen: Minat Menggunakan QRIS	menggunakan QRIS.
3	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z	Selly Rachmawati, Tri Nur Wahyudi (2024)	Variabel Independen: Lifestyle, Financial Literacy, Benefits, Ease, Security, Trust Variabel Dependen: Keputusan Penggunaan QRIS	Lifestyle, manfaat, dan keamanan berpengaruh positif; literasi keuangan, kemudahan, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.
4	Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan QRIS terhadap <i>Impulsive Buying</i> Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya	Ilma Alya Zalyanti, Intan Rahayu, Laras Pratiwi (2025)	Variabel Independen: Literasi Keuangan, Kemudahan Bertransaksi	Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap <i>impulsive buying</i> , kemudahan bertransaksi berpengaruh positif

			Variabel Dependen: <i>Impulsive Buying</i>	terhadap <i>impulsive buying.</i>
5	QRIS dan Pengaruhnya terhadap <i>Impulsive Buying</i> pada Masyarakat Kota Medan	Kartika Sari Lubis, Edi Winata, Fahmi Sulaiman, Jihan Sulaiman (2025)	Variabel Independen: Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC) Variabel Dependen: <i>Impulsive Buying</i> / Behavior Intention	QRIS berpengaruh signifikan positif terhadap <i>impulsive buying</i> ; performance expectancy berpengaruh signifikan terhadap behavior intention pengguna.

Berdasarkan pengamatan terhadap riset yang sudah ada, penerapan QRIS sebagai sistem pembayaran digital menunjukkan keterkaitan yang signifikan dengan perilaku pembeli, terutama dalam konteks pembelian yang tidak direncanakan. Beragam penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan dan kecepatan transaksi yang diberikan oleh QRIS berkontribusi positif terhadap meningkatnya

pembelian impulsive. Proses pembayaran yang semakin mudah dan cepat memperbesar kemungkinan konsumen untuk berbelanja secara spontan tanpa adanya persiapan yang matang.

Namun, studi ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Riset yang lalu cenderung lebih menekankan pada ketertarikan atau keputusan menggunakan QRIS, sedangkan pembelian impulsive masih jarang diteliti sebagai aspek utama. Selain itu, ada perbedaan dalam objek dan konteks penelitian; studi ini secara khusus mengkaji mahasiswa di Kota Medan yang memiliki karakteristik sosial dan pola konsumsi yang berbeda dibandingkan dengan area riset sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan melengkapi hasil empiris dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak penggunaan QRIS terhadap pembelian impulsive di kalangan mahasiswa di Kota Medan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS yang ditandai oleh kemudahan dan intensitas penggunaan berperan sebagai stimulus yang memengaruhi perilaku mahasiswa. Kemudahan transaksi digital tersebut menurunkan hambatan psikologis dalam pengeluaran sehingga mendorong munculnya perilaku *impulsive buying*. Dengan demikian, penggunaan QRIS diduga memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsive mahasiswa di Kota Medan. Berdasarkan penjelasan penelitian di atas, maka kerangka berpikir pada penelitian dapat disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah dalam penelitian, dimana jawaban tersebut harus diuji kembali. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa di Kota Medan

Ho: Tidak ada pengaruh penggunaan QRIS terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa di Kota Medan.

Ha: Ada pengaruh Penggunaan QRIS terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa di Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menemukan kebenaran dari sebuah studi, dimulai dengan pemikiran yang membentuk rumusan masalah yang kemudian menghasilkan hipotesis awal. Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya, proses penelitian dapat dilakukan, diolah, dan dianalisis, sehingga pada akhirnya dapat dihasilkan kesimpulan (Sahir, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, table, grafik, atau tampilan lainnya (Siyoto, 2015). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023). Dengan pendekatan penelitian survei menggunakan kuesioner kepada responden. Penelitian yang menggunakan kuesioner merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2023). Metode ini dipilih untuk mengumpulkan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai teori tentang pengaruh penggunaan QRIS terhadap *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa di Kota Medan yang menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran non-tunai dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Mahasiswa dipilih sebagai objek

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Kota Medan yang pernah menggunakan layanan pembayaran digital QRIS. Namun, jumlah populasi secara pasti tidak dapat diketahui karena tidak tersedianya data resmi mengenai jumlah mahasiswa pengguna QRIS di Kota Medan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2023), ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto, 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling, dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh responden yang memiliki karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria khusus untuk responden pada penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa aktif yang terdaftar di perguruan tinggi di Kota Medan.
2. Mahasiswa yang pernah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Penggunaan purposive sampling dinilai tepat karena tidak semua mahasiswa memenuhi kriteria sebagai pengguna QRIS, sehingga diperlukan pemilihan sampel secara sengaja agar data yang diperoleh relevan dengan variabel yang diteliti. Penentuan jumlah sampel mengacu pada aturan praktis dalam analisis regresi linear sederhana, yaitu penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *rule of thumb* (Ferdinand, 2014), yaitu 10 kali jumlah indikator penelitian. Pendekatan ini digunakan sebagai pedoman praktis dalam penelitian kuantitatif dengan teknik non-probability sampling. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu penggunaan QRIS sebagai variabel independen dan

impulsive buying sebagai variabel dependen. Masing-masing variabel diukur menggunakan 5 indikator, sehingga total indikator penelitian berjumlah 10 indikator. Dengan total 10 indikator, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden (10×10). Oleh karena itu, penggunaan 100 responden dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat kecukupan sampel untuk analisis regresi linear sederhana.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023)

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen disebut sebagai variabel bebas, Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2023). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Penggunaan QRIS (X).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2023). *Impulsive Buying* adalah variabel dependen penelitian ini.

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel adalah sebagai berikut: Tujuan dari variabel ini adalah untuk mengetahui seberapa erat variabel satu faktor dengan variabel lainnya.

1. Variabel bebas Penggunaan QRIS (X)

Penggunaan QRIS dalam penelitian ini diartikan sebagai sejauh mana mahasiswa memanfaatkan sistem pembayaran digital yang berbasis *quick response code* untuk melakukan transaksi yang tidak melibatkan uang tunai. Variabel pemanfaatan QRIS berfokus pada dua hal utama, yaitu kemudahan dalam penggunaan dan seberapa sering sistem ini digunakan. Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana QRIS dipandang mudah untuk dipelajari, dimengerti, dan diterapkan oleh pengguna tanpa memerlukan usaha yang besar dalam

melakukan transaksi. Persepsi tentang kemudahan ini terlihat dari kesederhanaan dalam proses pembayaran, kejelasan langkah-langkah penggunaannya, serta minimnya masalah teknis yang dihadapi oleh pengguna.

Selanjutnya, intensitas penggunaan menunjukkan seberapa sering dan konsisten mahasiswa menggunakan QRIS untuk berbagai macam transaksi. Tingkat intensitas ini mencerminkan kebiasaan pengguna dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, di mana semakin sering penggunaan dilakukan, semakin besar peranan QRIS dalam mendukung kegiatan transaksi non-tunai mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

2. Variabel terikat *Impulsive Buying* (Y)

Impulsive buying dalam studi ini dijelaskan sebagai tindakan belanja yang terjadi secara tiba-tiba dan tanpa rencana sebelumnya oleh mahasiswa. Tindakan ini biasanya dipicu oleh emosi, momen tertentu, atau kemudahan dalam proses membeli, sehingga keputusan untuk membeli diambil tanpa analisis yang mendalam terkait kebutuhan atau dampak *finansial*. *Impulsive buying* menunjukkan kecenderungan seseorang untuk cepat bereaksi terhadap rangsangan belanja, terutama di lingkungan pembayaran digital yang sangat praktis dan cepat.

Dalam model *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R), pembelian impulsive dianggap sebagai tindakan yang dipengaruhi oleh proses mental konsumen pada tahap organism, terutama melalui persepsi serta emosi. Pandangan konsumen mengenai kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam bertransaksi membentuk penilaian awal yang bisa mengurangi tingkat pertimbangan logis, sehingga mendorong keputusan untuk membeli secara tiba-tiba.

Selain itu, emosi konsumen memiliki peran penting dalam memperkuat keinginan untuk membeli, di mana perasaan positif dan keadaan emosional yang sementara dapat menurunkan kontrol diri serta memperbesar kemungkinan konsumen untuk mengandalkan reaksi emosional ketimbang pertimbangan logis dalam proses pengambilan keputusan.

Tabel 3. 2 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Penggunaan <i>QRIS</i> (X)	1. Kemudahan Penggunaan 2. Manfaat 3. Keamanan Transaksi 4. Intensitas Penggunaan 5. Niat Perilaku
<i>Impulsive Buying</i> (Y)	1. <i>Spontaneous</i> 2. <i>Passion</i> 3. <i>Compulsive Strength</i> 4. <i>Indifference</i> 5. <i>Power, Compulsion, and Intensity</i>

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penerapan metode pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka, yang juga disebut sebagai studi dokumen, merupakan metode pengumpulan data sekunder yang melibatkan pengambilan dan penelaahan informasi, teori, serta data dari berbagai buku, dokumen, sumber online, dan media cetak (Sugiyono, 2023).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini likert. Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat atau respon seseorang tentang fenomena social (Sugiyono, 2023).

Tabel 3. 3 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiono 2023)

3. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap subjek atau fenomena yang sedang diteliti (Sugiyono, 2023).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebuah perangkat yang dipakai untuk menilai fenomena baik yang bersifat alamiah maupun sosial yang sedang diperhatikan. Secara rinci, semua fenomena tersebut disebut sebagai variabel dalam penelitian (Sugiyono, 2023). Oleh sebab itu, pembuatan dan pengujian alat penelitian menjadi faktor yang sangat krusial dalam sebuah studi. Penelitian ini memanfaatkan data awal yang diambil dari kuesioner.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data diterapkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Metode analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi, yang bertujuan untuk memahami pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Juliandi et al., 2014). Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021). Uji validitas dilakukan menggunakan SPSS Statistics dengan kriteria sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika r hitung $>$ r tabel, pernyataan dinyatakan valid.
- b. H_0 ditolak apabila r hitung $<$ r tabel, pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menilai konsistensi dan ketahanan dari alat ukur. Salah satu cara yang sering dipakai untuk menguji keandalan adalah dengan menghitung koefisien Alpha Cronbach. Nilai Alpha Cronbach yang berada di atas 0,70 dianggap menunjukkan bahwa alat ukur itu memiliki keandalan yang baik, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya (Jasmine, 2025).

2. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan adanya anggapan dasar karena dalam penelitian menggunakan analisis regresi linear. Anggapan dasar tersebut meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan proses untuk menentukan apakah variabel bebas dan terikat memiliki distribusi yang normal atau tidak. Regresi yang efektif adalah yang memiliki nilai-nilai yang terdistribusi secara normal (Melati, 2022). Untuk mengetahui hal ini, kita perlu memeriksa bagaimana data tersebar di grafik. Jika data terlihat menyebar di sekitar garis diagonal, maka kita bisa mengatakan bahwa regresi tersebut memenuhi syarat normalitas. Metode dalam uji normalitas menggunakan P-Plot dan SPSS dengan kriteria:

Jika nilai signifikan $>$ 0,05, maka data dikatakan normal

Jika nilai signifikan $<$ 0,05, maka data dikatakan tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Jika varians residual tetap konsisten antar pengamatan, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas, analisis dapat dilakukan dengan grafik,

menggunakan Scatterplot yang menunjukkan titik-titik yang terdistribusi secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Selain itu, analisis statistik dapat dilakukan dengan uji Glejser, di mana jika probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dianggap tidak mengalami masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikan atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara individual (parsial) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan (Hutabarat, 2022). Adapun langkah-langkah dalam uji t adalah :

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_i \leq 0$ (Variabel independen tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen)

$H_a : \beta_i > 0$ (Variabel independen berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel dependen)

Dengan derajat kebebasan (degree of freedom) yaitu : $df = n - k$, di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah konstanta.

b. Menentukan kriteria pengujian

Penelitian ini menggunakan uji satu sisi kanan dengan taraf signifikan (level of significant) α 5% dan daerah penolakannya berada di sisi kanan kurva yang luasnya α .

a. Bila probabilitas t-statistik $> 0,05$, maka H_0 didukung, artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Bila probabilitas t-statistik $< 0,05$, maka H_0 tidak didukung, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji signifikan atau uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Gujarati, 2009). Adapun langkah-langkah dalam uji F adalah :

a. Merumuskan hipotesis

Ho : $\beta_i = 0$ (Variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen)

Ha : $\beta_i \neq 0$ (Variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen)

b. Menentukan kriteria pengujian

Penelitian ini menggunakan uji satu sisi kanan dengan taraf signifikan (level of significant) α 5% dan daerah penolakannya berada di sisi kanan kurva yang luasnya α .

1. Bila probabilitas F-statistik $> 0,05$ maka Ho didukung, artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Bila probabilitas F-statistik $< 0,05$ maka Ho tidak didukung, artinya adapengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R²) Koefisien Determinasi (R²) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan secara komprehensif terhadap variabel dependen serta pengaruhnya secara parsial. Nilai koefisien determinasi (R²) mempunyai range antara 0-1. Semakin besar R² mengindikasikan semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah alat ukur yang digunakan untuk menghitung seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu (1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.berikut adalah rumus nya :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd =Koefisien Determinasi

r =Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik para responden digunakan oleh peneliti untuk memahami variasi berdasarkan jenis kelamin, merupakan mahasiswa di Kota Medan, berdasarkan kelompok usia, penggunaan QRIS. Diharapkan hal ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai situasi responden dan hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

Responden dalam studi ini adalah mahasiswa yang sedang aktif di Kota Medan, yang merupakan bagian dari populasi mahasiswa di area tersebut. Dengan total sampel sebanyak 100 individu, diharapkan data yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang tepat mengenai perilaku *Impulsive Buying* mahasiswa di Kota Medan, khususnya dalam konteks penggunaan QRIS sebagai metode untuk pembayaran digital. Jumlah sampel ini dianggap memadai untuk mencerminkan ciri-ciri populasi serta mendukung analisis empiris tentang pengaruh penggunaan QRIS terhadap kecenderungan *Impulsive Buying* di kalangan mahasiswa.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	21	21 %
2	Perempuan	79	79 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4. 1 yang menunjukkan distribusi responden menurut jenis kelamin, terungkap bahwa dari jumlah total 100 responden, terdapat 21 orang atau 21% yang merupakan mahasiswa pria, sementara 79 orang atau 79% adalah mahasiswa wanita.

Informasi ini menegaskan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa wanita. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi responden wanita lebih tinggi dibandingkan pria, sehingga dalam analisis berikutnya,

karakteristik jawaban yang diperoleh cenderung lebih banyak mencerminkan perspektif mahasiswa wanita mengenai penggunaan QRIS dan perilaku *Impulsive Buying*.

2. Responden Berdasarkan Lokasi Perguruan Tinggi mahasiswa

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Lokasi Perguruan Tinggi mahasiswa

No	Lokasi Perguruan Tinggi Mahasiswa	Jumlah	Persentase (%)
1	Mahasiswa di Kota Medan	100	100 %
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4. 2 yang menunjukkan lokasi responden di perguruan tinggi, total responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 100 orang atau 100% berasal dari institusi pendidikan yang ada di Kota Medan. Ini menandakan bahwa penelitian ini secara khusus ditujukan untuk mahasiswa yang belajar di perguruan tinggi yang terletak di wilayah Kota Medan, sehingga hasilnya mencerminkan sifat dan perilaku mahasiswa dalam konteks akademik di area tersebut.

3. Kelompok Usia Responden

Tabel 4. 3 Kelompok Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	18-25	99	99%
2	>25	1	1%
jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4. 3 informasi tentang kelompok usia para responden, terungkap bahwa dari total 100 orang responden, 99 orang atau 99% berada dalam rentang usia 18-25 tahun. Sedangkan, hanya 1 orang atau 1% responden berusia lebih dari 25 tahun.

Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini masuk ke dalam kategori usia produktif mahasiswa, yakni 18-25 tahun. Hal ini mencerminkan bahwa penelitian tentang dampak penggunaan QRIS terhadap perilaku pembelian *impulsive* lebih banyak merefleksikan karakteristik dan perilaku konsumen dari mahasiswa pada periode usia ini, yang umumnya lebih aktif dalam menggunakan QRIS.

4. Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS

Tabel 4. 4 Frekuensi Penggunaan QRIS

No	Frekuensi Penggunaan QRIS	Jumlah	Presentase (%)
1	Setiap hari	36	36 %
2	Beberapa kali dalam seminggu	46	46 %
3	Beberapa kali dalam sebulan	18	18%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4. 4 data yang diperoleh dari para responden mengenai seberapa sering mereka menggunakan QRIS, diketahui bahwa dari 100 responden, 36 individu atau 36% menggunakan QRIS setiap hari. Selain itu, 46 orang atau 46% responden menggunakan QRIS beberapa kali dalam seminggu, sementara 18 orang atau 18% menggunakan QRIS beberapa kali dalam sebulan.

Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa di Medan menggunakan QRIS secara rutin, dengan proporsi tertinggi ada di kategori penggunaan beberapa kali seminggu. Frekuensi yang tinggi ini menandakan bahwa QRIS telah menjadi metode pembayaran yang umum dan telah terintegrasi dalam kegiatan transaksi sehari-hari mahasiswa. Situasi ini penting untuk penelitian ini, karena semakin sering penggunaan QRIS dapat berdampak pada kecenderungan perilaku *impulsive Buying* di kalangan mahasiswa.

B. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian di bagian ini menjelaskan tentang dampak penggunaan QRIS terhadap perilaku *Impulsive Buying* mahasiswa di Kota Medan. Untuk memastikan kualitas alat penelitian, analisis dilakukan lewat uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program SPSS. Selain itu, pengujian deskriptif dilaksanakan untuk menggambarkan karakteristik data dan profil tanggapan responden terhadap setiap variabel dalam penelitian.

Selanjutnya, untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk analisis regresi linear sederhana, dilakukan tes asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Setelah semua asumsi dipenuhi, analisis regresi linear sederhana diterapkan untuk mengukur sejauh mana pengaruh

penggunaan QRIS terhadap perilaku membeli secara impulsive mahasiswa. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengevaluasi tingkat signifikansi dampak variabel independen pada variabel dependen, serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel penggunaan QRIS dalam menjelaskan variasi perilaku membeli secara impulsive.

1. Uji Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel diperlukan untuk memberikan gambaran data umum. Ini termasuk nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (max), nilai terendah (min), dan standar deviasi untuk masing-masing variabel, yaitu Penggunaan QRIS (X) dan *Impulsive Buying* (Y). Pada Tabel 4. 5 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif penelitian ini:

Tabel 4. 5 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penggunaan QRIS	100	9.00	45.00	38.5900	6.64100
Impulsive Buying	100	13.00	50.00	32.3500	8.44994
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada tabel 4. 5 di atas, ditemukan bahwa jumlah partisipan (N) yang terlibat dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Pada variabel Penggunaan QRIS, terdeteksi nilai terendah sebesar 9,00 dan nilai tertinggi sebesar 45,00. Nilai rata-rata (mean) tercatat sebesar 38,59 dengan standar deviasi sebesar 6,641. Untuk variabel *Impulsive Buying*, ditemukan nilai minimum sebesar 13,00 dan nilai maksimum 50,00. Rata-rata nilainya adalah 32,35 dengan standar deviasi sebesar 8,449.

2. Uji Validitas

Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Penggunaan QRIS (X)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.775	0.1966	Valid
2	0.845	0.1966	Valid
3	0.844	0.1966	Valid
4	0.727	0.1966	Valid
5	0.865	0.1966	Valid
6	0.842	0.1966	Valid
7	0.772	0.1966	Valid
8	0.843	0.1966	Valid
9	0.885	0.1966	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan pada tabel 4. 6 hasil dari uji validitas, bahwa setiap item pernyataan memiliki nilai rhitung > rtabel sebesar 0,1966. Oleh karena itu, semua item pernyataan dianggap valid.

Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.684	0.1966	Valid
2	0.788	0.1966	Valid
3	0.662	0.1966	Valid
4	0.771	0.1966	Valid
5	0.775	0.1966	Valid
6	0.670	0.1966	Valid
7	0.734	0.1966	Valid
8	0.731	0.1966	Valid
9	0.779	0.1966	Valid
10	0.791	0.1966	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4. 7 hasil dari uji validitas, terlihat bahwa setiap item pernyataan memiliki nilai rhitung > rtabel sebesar 0,1966. Ini mengindikasikan bahwa semua item pernyataan dalam alat penelitian telah dinyatakan valid.

Ini mengindikasikan bahwa alat yang digunakan dalam penelitian ini telah berhasil mengukur variabel yang diteliti dengan akurat, sehingga dapat digunakan dalam analisis berikutnya.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen atau alat penelitian dimana dalam hal ini yang menjadi alat penelitian adalah kuesioner. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel jika menghasilkan jawaban yang stabil. Untuk mengukur reliabilitas kuesioner digunakan uji statistik Cronbach Alpha dengan nilai $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan terhadap kuesioner peneliti ini.

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Penggunaan QRIS (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	9

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan data yang telah di olah pada table 4. 8, dapat diketahui bahwa variabel basic accounting knowledge memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,938 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa intrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Impulsive Buying (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	10

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan data yang telah di olah pada tabel 4. 9, dapat diketahui bahwa variabel basic accounting knowledge memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,905 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa intrumen penelitian ini reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah nilai sisa yang diperoleh memiliki distribusi normal atau tidak. Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam pengujian ini melalui SPSS Statistics, dengan tingkat signifikansi $> 0,05$. Hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 10 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		8.21300661
Most Extreme Differences	Absolute		.072
	Positive		.065
	Negative		-.072
Test Statistic			.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo	Sig.		.232
Sig. (2-tailed) ^e	99% Confidence Interval	Lower Bound	.221
		Upper Bound	.243

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas pada table 4. 10, diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen memiliki varian yang sama atau tidak. Adapun hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.287	2.632		2.389	.019
Penggunaan QRIS (X)	.016	.067	.023	.231	.818

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis pada table 4. 11 diatas diperoleh nilai sig X (0.818) > 0.05 maka disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan QRIS terhadap *impulsive buying*. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.590	1.651

a. Predictors: (Constant), Penggunaan QRIS (X)

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis diatas pada table 4. 12, diperoleh persentase keragaman Variabel Impulsive Buying yang dapat dijelaskan oleh Variabel Penggunaan QRIS (X) adalah 59,4% sedangkan 40.6% sisanya dijelaskan variable lain diluar model regresi.

b. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana bertujuan untuk memahami dampak dari satu variabel independen, yaitu Penggunaan QRIS, terhadap satu variabel dependen, yaitu *Impulsive Buying* mahasiswa di Kota Medan.

Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
1 (Constant)	20.804	.978		21.267	.000
Penggunaan QRIS (X)	.299	.025	.771	11.975	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4. 13, dapat diketahui nilai dari persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 20,804 + 0,299X$$

- Nilai konstanta (a) sebesar 20,804 menunjukkan bahwa apabila variabel Penggunaan QRIS (X) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai *Impulsive Buying* (Y) sebesar 20,804. Nilai ini menggambarkan tingkat dasar *impulsive buying* tanpa adanya pengaruh penggunaan QRIS.
- Koefisien regresi variabel Penggunaan QRIS (b) sebesar 0,299 menunjukkan arah hubungan yang positif. Hal ini berarti setiap peningkatan 1 satuan pada penggunaan QRIS akan meningkatkan nilai *impulsive buying* sebesar 0,299 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat

penggunaan QRIS, maka kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa juga akan semakin meningkat.

c. Uji F (Simultan)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan QRIS terhadap *Impulsive Buying* mahasiswa di Kota Medan. Adapun kriteria dari perhitungan uji simultan (uji F) adalah:

a) H_a diterima dan H_0 ditolak bila : $F_{hitung} > F_{tabel} =$ signifikan pada $sig. < 0,05$

b) H_a ditolak dan H_0 diterima bila : $F_{hitung} < F_{tabel} =$ tidak signifikan pada $sig. > 0,05$.

Hasil uji simultan (uji F) pada variabel sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	390.856	1	390.856	143.398	.000 ^b
	Residual	267.116	98	2.726		
	Total	657.971	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Penggunaan QRIS (X)

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada tabel 4. 14, diperoleh nilai F hitung sebesar 143,398 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Selain itu, nilai Fhitung ($143,398 > F_{tabel} (3,938)$).

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS secara signifikan berpengaruh terhadap *impulsive buying* mahasiswa Kota Medan.

d. Uji t (Parsial)

Uji t berfungsi untuk menunjukkan seberapa akurat dan berpengaruhnya variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 15 Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.804	.978		21.267	.000
Penggunaan QRIS (X)	.299	.025	.771	11.975	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4. 15, diperoleh nilai t hitung sebesar 11,975 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung $11,975 > t$ tabel 1,985, serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* mahasiswa di Kota Medan.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 100 mahasiswa di Kota Medan, diketahui bahwa variabel penggunaan QRIS (X) memiliki nilai rata-rata sebesar 38,59 dengan standar deviasi 6,641, yang menunjukkan bahwa tingkat penggunaannya tergolong tinggi. Sementara itu, variabel *impulsive buying* (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 32,35 dengan standar deviasi 8,449, yang mengindikasikan bahwa kecenderungan *impulsive buying* berada pada kategori sedang hingga tinggi dengan variasi respons yang cukup beragam.

Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* (0,1966). Selain

itu, uji normalitas memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 ($> 0,05$), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi analisis regresi. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan $Y = 20,804 + 0,299X$. Koefisien regresi sebesar 0,299 menunjukkan adanya pengaruh positif antara penggunaan QRIS dan perilaku *impulsive buying*. Hal ini berarti bahwa peningkatan penggunaan QRIS cenderung diikuti oleh meningkatnya kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa. Temuan ini diperkuat oleh hasil uji t (parsial) dengan nilai t hitung sebesar 11,975 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan.

Secara konseptual, hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor utama dalam mendorong adopsi teknologi. QRIS sebagai sistem pembayaran digital menawarkan proses transaksi yang cepat, praktis, dan efisien, sehingga mampu mengurangi hambatan dalam pengambilan keputusan. Berkurangnya hambatan tersebut menyebabkan individu cenderung tidak melakukan pertimbangan yang mendalam sebelum membeli, sehingga keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh dorongan spontan.

Temuan ini juga relevan dengan teori *Stimulus–Organism–Response* (SOR), yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen terbentuk melalui interaksi antara rangsangan eksternal, kondisi internal, dan respons yang dihasilkan. Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan QRIS berperan sebagai stimulus yang memengaruhi kondisi psikologis mahasiswa, seperti rasa nyaman, ketertarikan, dan dorongan emosional saat bertransaksi. Kondisi internal tersebut kemudian mendorong terbentuknya respons berupa perilaku *impulsive buying*, yaitu pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan berbagai studi yang menyatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital berkaitan dengan peningkatan perilaku konsumsi impulsif. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi menjadi faktor utama yang mendorong intensitas penggunaan teknologi,

yang selanjutnya berdampak pada pola konsumsi. Selain itu, temuan lain menunjukkan bahwa kemudahan transaksi melalui QRIS dapat mengurangi hambatan psikologis dalam proses pembayaran, sehingga meningkatkan kecenderungan pembelian spontan, khususnya pada kalangan generasi muda di wilayah perkotaan. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bahwa penggunaan QRIS berkontribusi terhadap peningkatan perilaku *impulsive buying*.

Secara logis, pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku *impulsive buying* dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Pertama, kemudahan dan kecepatan transaksi menjadikan proses pembelian lebih sederhana, sehingga individu cenderung mengambil keputusan secara cepat tanpa evaluasi yang mendalam. Kedua, penggunaan sistem pembayaran non-tunai menimbulkan fenomena *cashless effect*, yaitu kondisi ketika individu tidak merasakan secara langsung pengeluaran uang, sehingga kontrol terhadap pengeluaran menjadi lebih rendah. Ketiga, kemudahan transaksi memicu respons emosional yang lebih instan, seperti keinginan untuk segera memiliki produk, yang pada akhirnya mendorong pembelian impulsif. Keempat, karakteristik mahasiswa yang adaptif terhadap teknologi dan memiliki kecenderungan eksploratif dalam konsumsi turut memperkuat pengaruh tersebut.

Meskipun demikian, pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku *impulsive buying* tidak bersifat tunggal. Terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi hubungan tersebut, seperti gaya hidup, tingkat pengendalian diri (*self-control*), serta literasi keuangan. Variabel-variabel tersebut belum diikutsertakan dalam penelitian ini, sehingga menjadi keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil.

Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, perilaku *impulsive buying* yang tidak terkontrol perlu menjadi perhatian karena berpotensi mendorong konsumsi yang berlebihan. Prinsip *hifz al-mal* dalam *maqashid syariah* menekankan pentingnya pengelolaan harta secara bijaksana, sementara perilaku *tabzir* atau pemborosan dilarang. Dalam konteks ini, kemudahan transaksi melalui QRIS dapat menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri. Oleh karena itu, penggunaan teknologi pembayaran digital perlu disertai dengan kesadaran finansial agar tetap selaras dengan prinsip keseimbangan dalam pengelolaan keuangan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya berperan sebagai alat pembayaran, tetapi juga memiliki implikasi terhadap perilaku dan aspek psikologis konsumen, khususnya dalam meningkatkan kecenderungan *impulsive buying* di kalangan mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS terhadap *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan QRIS (X) sebagai variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (Y) sebagai variabel dependen. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa nilai thitung ($11,975$) > ttabel ($1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan QRIS, maka semakin meningkat kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa di Kota Medan.
2. Berdasarkan hasil uji determinasi (R^2), diketahui bahwa Penggunaan QRIS memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi *Impulsive Buying* mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa, meskipun masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi *impulsive buying*.

B. Saran

Berdasarkan hasil studi yang telah dilaksanakan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pribadi agar terhindar dari perilaku *impulsive buying*. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah dengan merencanakan pengeluaran, membuat urutan prioritas antara kebutuhan dan keinginan, serta membatasi penggunaan metode pembayaran digital seperti QRIS hanya untuk kebutuhan yang sudah direncanakan. Di

samping itu, mahasiswa juga bisa membiasakan diri untuk menunda keputusan pembelian saat muncul hasrat untuk membeli suatu barang secara tiba-tiba, sehingga keputusan pembelian yang diambil menjadi lebih logis dan terkendali.

2. Institusi pendidikan tinggi dan lembaga terkait lainnya dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai panduan dalam merancang program pendidikan atau literasi keuangan yang sesuai dengan perkembangan dalam sistem pembayaran digital.
3. Untuk peneliti di masa mendatang, disarankan agar penelitian ini diperluas dengan menambahkan variabel lain yang mungkin memengaruhi perilaku *Impulsive Buying*, seperti gaya hidup, kemampuan mengontrol diri, promosi digital, atau aspek psikologis lainnya, sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., & Faridah, S. (2024). Impulsive Buying dan Regulasi Diri dalam Perilaku Berutang Mahasiswa Pengguna ShopeePayLater. *Jurnal Studia Insania*, 12(2)(2), 96–108. <https://doi.org/10.18592/jsi.v12i2.13308>
- Afrianti, N. M., Arimbawa, I. G., Artaya, I. P., & Baktiono, A. (2025). *Influence of Perceived Benefits , Perceived Ease of Use , and Perceived Security on The Decision to Use the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) Through Microenterprise Trust in Surabaya City*. 08(04), 588–595.
- Algusri, J., Magdalena, M., & Hadi, M. F. (2024). *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*. 14(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v14i1.7032>
- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah. (2024). *Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM*. 25(1).
- Ananda, A. P., Monoarfa, T. A., & Lutfia, A. (2025). *Analisis Hubungan Social Presence , Pleasure , Dan Impulsive Buying Dalam Konteks Live Streaming Tiktok Pada Generasi Z*. 2(5), 92–104.
- Arifyanto, G. T. (2025). *Maqashid Syariah sebagai Kerangka Konseptual dalam Ekonomi dan Keuangan Islam Kontemporer*.
- Aritonang, A. N. S. (2023). *Peluang Pembayaran Menggunakan QRIS Oleh Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*.
- Cahyani, D., Suherman, A., & Noor, I. (2024). *Economic Reviews Journal*. 3, 1238–1248. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.410>
- Cahyani, N. D., & Abrianto, H. (2025). *Pengaruh Transaksi Cashless dan Kemudahan Menggunakan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Bekasi*. 4(2), 6717–6724.
- Ermawati. (2021). *Etika Konsumsi Islam*. 103–124.
- Fajri, M. A., Lubis, F. A., & Harahap, M. I. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Dengan Literasi Maqashid Syariah Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan)*. 8(2), 810–824. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.27359>

- Fuad, S., Effendi, N., & Ronaning, E. (2021). *Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital*. 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>
- Furkan, A., Yuwono, T., Rahmadani, G., Wibawa, S., & Raharja, K. (2025). *Analisis Media Sosial dan Kemampuan Finansial Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa*. 5942, 1646–1655.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Hamdi, B. (2022). *Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)*. 23(1), 1–15.
- Hamizar, A., Nacikit, M. R., & Holle, M. H. (2024). *Perilaku Adopsi Cashless Sebagai Dampak Insentif*. 2(1), 49–59.
- Hardaningrum, T. W., & Nurjannah, E. (2024). *Analisis hubungan self esteem dengan impulsive buying pada mahasiswa*. 4(1), 39–53.
- Hochreiter, V., Benedetto, C., & Loesch, M. (2023). The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Paradigm as a Guiding Principle in Environmental Psychology: Comparison of its Usage in Consumer Behavior and Organizational Culture and Leadership Theory. *Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 3(1), 7–16. <https://doi.org/10.18775/jebd.31.5001>
- Hutabarat, V. Y. (2022). *Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Kepuasan Produsen (Studi Kasus UKM Kota Medan)*.
- Iswahyuda, S. N., & Hidayat, M. S. (2025). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Membeli Produk Fashion Baju di Shopee Online Shop*. 03(04), 695–709.
- Jasmine, K. C. A. (2025). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Cashless Society (Qris) Generasi Z Dengan Impulsive Buying Sebagai Variabel Moderasi*.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Umsu Press, 1–223. https://etheses.uinsgd.ac.id/34476/2/6_bab3.pdf
- Komariyah, N., Maulana, M. I., Fitriati, A., Solihah, M., Irawati, D., & Gazani, H. (2025). *Analisis Impulsive Pada Gen Z Pengguna E-Commerce Shopee*. 3(9).

- Kurniawan, A. (2023). *Pengaruh Kemanfaatan Qris, Kemudahan Qris, Dan Keamanan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.*
- Kurniawan, A., & Puspita, A. V. (2021). *Factors That Influence Impulsive Buying.* 03(2019), 54–68.
- Lubis, K. S., Winata, E., Sulaiman, F., & Sulaiman, J. (2025). *QRIS Dan Pengaruhnya Terhadap Impulsive Buying Pada.* 4307(1), 517–528.
- Lubis, T. A. (2024). *Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU).* 8, 62–75.
- Mandolfo, M., Bettiga, D., Lamberti, L., & Noci, G. (2022). *Influence of sales promotion on impulse buying: a dual process approach.* 1–37. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2060415>
- Maulana, F. R., Hayati, I., & Syariah, M. B. (2024). *Analisis Efektivitas Penggunaan E-Wallet dalam Pembayaran Digital Bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UMSU.* 6(9), 7086–7093. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.4425>
- Mayandra, M. D. (2024). *Analisis Minat Penggunaan QRIS Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Usaha Kecil Makanan Dan Minuman Di Wonosobo.*
- Melati. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Membayar Ziswaf Menggunakan QRIS Di Kota Medan.* 2, 7787(8.5.2017), 2005–2003. <https://lib.unnes.ac.id/20002/>
- Mulyani, P. A., Indiani, N. L., & Usadha, I. D. N. (2024). *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Pembayaran Cashless pada Generasi Gen Z di Denpasar.* 3(5), 511–519.
- Munajat, C. (2023). *Fenomena Implusive Buying Pada Flatform Tiktok Shop Fenomena Impulsive Buying Pada Flatform Tiktok Shop.* 14(1), 28–34.
- Nasih, A. M., Gati, V., & Rahayu, S. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS.* *Nucl. Phys.,* 13(1), 104–116.

<https://doi.org/10.26740/akunesa>

- Piska, R., & Sumarni, N. (2025). *Analisis Dampak Impulsive Buying Pada Perilaku Berhutang Pada Masyarakat Dengan Aplikasi Pinjaman Online (Studi Kasus: Masyarakat Nagari Malalak Timur Kecamatan Malalak Kabupaten Agam)*. 9 Nomor 3, 20726–20735.
- Pratiwi, J., & Julianty, Y. S. (2023). *Analisis Efek Financial Education dan Self-Management terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. 4, 283–292.
- Puspitaningrum, F., Kusumastuti, S. C., & Rimbawati, A. (2023). *Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli di Tengah Masyarakat UMKM Ketintang Surabaya*. 603–614.
- Radiman, Wahyuni, S. F., Hafiz, M. S., & Sinuhaji, K. R. D. (2024). *Perilaku Keuangan Generasi Milenial di Medan: Meneliti Sinergi Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Sikap Keuangan Melalui Lensa Tingkat Pendidikan Sebagai Variabel Intervening*. 3(2).
- Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). *Analisis Penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. 03(1), 177–187.
- Rahmah, N., & Sari, N. A. (2025). *How Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , Security and Lifestyle Affect MSMEs ' Adoption of QRIS ?* 12(21), 160–175.
- Rahmawati, I., & Setyowibowo, F. (2025). *Pengaruh Stimulus Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Reaksi Kognitif Dan Afektif: Kerangka Kerja Stimulus-Organism-Response (SOR)*. 13(3), 248–258.
- Rofiq, M. Q., Setyorini, T. D., & Lekahena, F. (2024). *Self Esteem and Impulsive Buying : Study on Online Shopping Behavior Self Esteem dan Perilaku Pembelian Impulsif : Mempelajari perilaku pembelian online*. 12(1), 66–71.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Selly Rachmawati, T. N. W. (2024). *Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan qris pada generasi z*. 7(2), 251–266.
<https://doi.org/10.22219/jaa.v7i2.32767>

- Siregar, C. S., & Ilham, R. (2022). Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Model: Observing Purchase Intention of Social Commerce Consumers in Indonesia. *International Journal of Humanities Social Science and Management (IJHSSM)*, 2(5), 523–536. www.ijhssm.org
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Soesono Bong. (2011). *Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Hypermarket Di Jakarta*. Vol. 3, 31–52.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sukma, A. (2025). *Perkembangan dan dampak penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif masyarakat*.
- Utami, N. (2025). *Adopsi Pembayaran Digital Melalui Qris Dan Dampaknya Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 17(1), 1–13.
- Venia, M. (2021). *Analysis Of Factors Affecting Impulse Buying Behavior (Study Case On Generation Z, E-Commerce Users)*.
- Zalyanti, I. A. (2025). *Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan bertransaksi menggunakan qris terhadap*. 7(1), 72–82.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | unsumedan | unsumedan | unsumedan | unsumedan

Waktu: 08:00 - 16:00 WIB
 Hari: Senin - Jumat



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

16 Rabi'ul Akhir 1447 H
 08 Oktober 2025 M

Di -
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Vany Elisya Hutabarat
 NPM : 2201280100
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,74



Megajukan Judul sebagai berikut:

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan.	-	-	28/10/25 [Signature]	[Stamp: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Agama Islam, 28/10/25]	[Signature]
2	Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Digital Payment pada mahasiswa FAI UMSU					
3	Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Menggunakan Qris terhadap minat beli mahasiswa FAI UMSU					

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.
 Wassalam

Hormat Saya

[Signature]
 Vany Elisya Hutabarat

Keterangan:

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :

1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
3. Asli untuk ketua/Sekretaris Program Studi yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Program Studi pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [t umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [y umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila mendapat surat ini agar diinformasikan
Nomor dan Tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I, MM

Nama Mahasiswa : Vany Elisya Hutabarat
Npm : 2201280100
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa di Kota Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
17/11 2025	perbaiki struktur bab 1 umum-khusus		
2/12 2025	perbaiki & tambah referensi dan usy		
16/12 2025	tambahkan fokus utama pada bab 2		
30/12 2025	perbaiki kerangka paragraf		
6/1 2026	semaat hipotesis		
12/1 2026	tambahkan referensi di sampul & populasi		
	Acc		

Medan, 12 Januari 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr.
Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Proposal

Khairunnisa, SE.I, MM



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila diperlukan surat ini agar ditandatangani
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada hari **Senin, 19 Januari 2026** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Vany Elisya Hutabarat
Npm : 2201280100
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : "Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa Di Kota Medan "

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 19 Januari 2026

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.EI)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Pembimbing

(Khairunnisa S.E.I., MM)

Pembahas

(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

Diketahui/ Disetujui

Wakil Dekan I



Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akre-PT/III/2019
Alamat Administrasi: Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp (061) 6623400 Fax (061) 6633474 6631003
http://fas.umsu.ac.id | fask@umsu.ac.id | nsmumedan | umsumedan | umsumedan

Disseminasi dan Pengabdian Masyarakat

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari **Senin, 19 Januari 2026** telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Vany Elisya Hutabarat
Npm : 2201280100
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : "Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa Di Kota Medan "

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	
Bab II	
Bab III	Tambahkan /sitasi dosen UMSU Min 5
Lainnya	Perbaiki penulisan Ayat Al-Quran
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 19 Januari 2026

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Asnac. Prof. Dr. Rahmawati, MEd)

Sekretaris Program Studi

(Aifi Amalia, S.E.I., M.Ed)

Pembimbing

(Khafunnisa S.E.I., MM)

Pembahas

(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Vany Elisya Hutabarat

NPM : 2201280100

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Agama Islam

Semester : VIII

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa di Kota Medan

Menyatakan dengan sesungguhnya


1. Saya melaksanakan riset kepada mahasiswa di wilayah Kota Medan dimulai pada 26 Januari 2026.
2. Riset yang saya lakukan kepada mahasiswa di wilayah Kota Medan sebagai subjek penelitian untuk memperoleh data terkait pengaruh penggunaan QRIS terhadap *Impulsive Buying* pada mahasiswa.
3. Metode pengumpulan data penyebaran kuesioner kepada mahasiswa penggunaan QRIS di Kota Medan.
4. Data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan secara bertanggung jawab.

Demikian Surat Keterangan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.


Medan, 7 April 2026

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi



(Khairunnisa, SE.I, MM)
NIDN: 0131088903

Yang membuat pernyataan


(Vany Elisya Hutabarat)
NPM: 2201280100

Diketahui/disetujui oleh

Ketua Program Studi


(Asoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.LI)
NIDN : 0102108902

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Vany Elisy Hutabarat
Tempat/Tanggal Lahir : Kolang, 25 Mei 2004
Email : vanyelisyaa@gmail.com
Alamat : Medan, Sumatera Utara

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Negeri 153000 Tahun 2010–2016
2. SMP Negeri 1 Kolang Tahun 2016–2019
3. SMA Negeri 1 Kolang Tahun 2019–2022
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2022-2026